

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA – UFU
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACIC
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LARISSA PACHECO SILVA

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO DENTRO DAS
EMPRESAS

UBERLÂNDIA
DEZEMBRO DE 2020

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO DENTRO DAS EMPRESAS

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Wanderson Luiz de Paula

**UBERLÂNDIA
DEZEMBRO DE 2020**

A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO DENTRO DAS EMPRESAS

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Banca de avaliação

Prof. Wanderson Luiz de Paula

(Modalidade *BlindReview*)

(Modalidade *BlindReview*)

Uberlândia (MG), 07de dezembro de 2020.

RESUMO

O planejamento tributário é um instrumento valioso para as empresas, que através de seu estudo possibilita escolher o sistema de tributação que mais se adequa a sua realidade. O objetivo desse trabalho consistiu em analisar a percepção dos gestores frente à importância do planejamento tributário em micro e pequenas empresas no setor de vestuário e caracterizar o planejamento tributário quanto aos aspectos conceituais; descrever o perfil socioeconômico dos empreendedores em estudo e identificar a tributação mais adequada para as micro e pequenas empresas, visando à redução de gastos com os tributos. Esta pesquisa foi caracterizada como descritiva e quantitativa, sendo realizada aplicação de questionário, o qual foi enviado por e-mail aos proprietários das empresas entrevistadas localizadas em Uberlândia-MG. A amostra da pesquisa foi formada por 14 gestores de micro e pequenas empresas do setor de vestuário do município de Uberlândia-MG. Para a análise dos dados, foi utilizada a estatística descritiva para a caracterização dos respondentes e para avaliar a média das notas atribuídas pelos gestores para as questões relacionadas ao planejamento tributário. Os resultados apontaram que os gestores consideram importante o planejamento tributário, todavia muitos respondentes não têm entendimento eficaz da aplicação desse planejamento. Para grande parte dos gestores, o planejamento tributário é visto como uma estratégia competitiva, sendo essencial para desempenho das micro e pequenas empresas de vestuário. Referente à dificuldade em entender os regimes tributários, nota-se que existem muitas dúvidas a respeito da efetivação do planejamento tributário, o que pode ser evidenciado pela baixa média encontrada sobre a facilidade em utilizar e entender o planejamento tributário, sendo que poucos gestores tem experiência com esse regime.

Palavras-chave: Tributos. Vestuário. Contabilidade.

ABSTRACT

Tax planning is a valuable tool for companies, which through its study makes it possible to choose the taxation system that best suits their reality. The objective of this work was to analyze the perception of managers regarding the importance of tax planning in micro and small companies in the clothing sector and to characterize tax planning in terms of conceptual aspects; describe the socioeconomic profile of the entrepreneurs under study and identify the most appropriate taxation for micro and small companies, aiming at reducing expenses with taxes. This research was characterized as descriptive and quantitative, and a questionnaire was applied, which was sent by email to the owners of the interviewed companies located in Uberlândia-MG. The research sample consisted of 14 managers of micro and small companies in the clothing sector in the city of Uberlândia-MG. For data analysis, descriptive statistics were used to characterize respondents and to evaluate the average of the scores attributed by managers for questions related to tax planning. The results showed that managers consider tax planning important, however many respondents do not have an effective understanding of the application of this planning. For most managers, tax planning is seen as a competitive strategy, being essential for the performance of micro and small clothing companies. Regarding the difficulty in understanding tax regimes, it is noted that there are many doubts about the effectiveness of tax planning, which can be evidenced by the low average found on the ease of using and understanding tax planning, with few managers having experience with that regime.

Keywords: Taxes. Clothing. Accounting.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 REFERENCIAL TEÓRICO	3
2.1 Planejamento Tributário	3
2.2 Vantagens de um Planejamento Tributário eficiente	5
2.3 Setor de vestuário	8
3 METODOLOGIA	10
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	11
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
REFERÊNCIAS	17

1 INTRODUÇÃO

O planejamento tributário é um instrumento valioso para as empresas, que através de seu estudo possibilita escolher o sistema de tributação que mais se adequa a sua realidade (FABRETTI, 2006). Cabe mencionar que o Planejamento Tributário, quando bem explanado colabora para modificar a gestão dos tributos, norteando a empresa a reduzir os impactos ocasionados pelos tributos, de modo legal, agindo, portanto com caráter preventivo o planejamento tributário, funciona como suporte à tomada de decisão, evitando que o empresário pratique atos que não estejam amparados legalmente.

O planejamento tributário precisa ser efetivado pelos gestores das empresas, optando pelo lucro real, seja mensal ou trimestralmente, lucro presumido ou simples nacional, devendo escolher o melhor modo, visando trazer benefícios fiscais e financeiros para a instituição. Todavia, observa-se que a carga tributária do país é alvo de constantes questionamentos por parte da sociedade e várias situações limitam as empresas a escolherem o regime de tributação, assim, nota-se a necessidade de se ter um bom planejamento tributário nas empresas, de modo a gerar grandes chances de se manterem no mercado com sucesso, em concernência com as bases legais, o que coopera para o progresso das cidades em que operam, já que os índices de inadimplência tendem a reduzir (MOTTA FILHO, 2008).

Martins (2009) esclarece que o planejamento tributário está relacionado à possível margem de lucro, por possibilitar a redução de impostos por meio de suas ações, sendo as ações do planejamento divididas em três ordens: anulatória, que impede a incidência do tributo, a educativa que usa formas jurídicas que diminuem o valor de um tributo e a postergativa, que retarda o pagamento do tributo.

No que se refere aos tributos, um dos maiores impasses do profissional contábil é despertar o interesse do empresário pelo Planejamento Tributário. Neste sentido, o estudo tem como tema central a importância do planejamento Tributário para micros e pequenas empresas no setor de vestuário da cidade de Uberlândia-MG.

O presente estudo tem como intuito responder o seguinte problema: Como é tratada a questão do planejamento tributário dentro de micro e pequenas empresas do setor de vestuário em Uberlândia-MG.

Com o objetivo de analisar a percepção dos gestores frente à importância do planejamento tributário em micro e pequenas empresas no setor de vestuário. Caracterizar o planejamento tributário quanto aos aspectos conceituais; descrever o perfil socioeconômico dos

empreendedores em estudo e identificar a tributação mais adequada para as micro e pequenas empresas, visando à redução de gastos com os tributos.

Um dos fatores que tem gerado a falência de micro e pequenas empresas é a inexperiência de muitos empresários em lidar com as operações burocráticas do cotidiano empresarial, como impostos e a alta carga tributária, o que está associado ao não conhecimento dos regimes tributários ou a falta de um planejamento tributário eficaz, assim a presente pesquisa é importante, pois permite estabelecer contribuições sobre o tema que norteia o planejamento tributário, principalmente no que se refere à ótica dos gestores das empresas no ato da aplicação de tal planejamento.

Uma empresa que não tem seus custos e despesas analisadas deixam de serem vista como um diferencial competitivo e vários estudos comprovam que um grande número de empresas falha no momento da escolha sobre qual regime de tributação utilizar, quando do enquadramento fiscal, gerando consternação às empresas devido à cobrança excessiva dos tributos. Desse modo, essa pesquisa é relevante ao abordar a importância do planejamento tributário a fim de evitar que a empresa recorra a atos ilícitos e enfrente dificuldades para honrar os seus compromissos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Planejamento Tributário

A história de altos tributos e impostos no país é algo tão comum no nosso cotidiano que acreditamos que seja recente, porém, eles estão presentes há muito mais do que se imagina. Suas alíquotas, nomes, destinações e importância foram modificadas ao longo do tempo, mas não deixaram de existir, pelo contrário multiplicaram-se absurdamente. O Código Tributário Nacional define bem o sentido de tributos:

Art. 3º Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada.

Art. 16º Imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte. (Código Tributário Nacional, Art. 3º e 16º).

A origem da cobrança dos tributos em território nacional se deu ainda na época da colonização, conhecido como “quinto do pau-brasil”, foi considerado o primeiro tributo da nação brasileira, sendo pago à coroa portuguesa por todos os tesouros ou descobertas feitas no Brasil. Seu nome representa diretamente a alíquota fiscal e a forma de seu pagamento, tendo em vista que a moeda corrente em Portugal não havia sido adotada no Brasil e todos os pagamentos deveriam ser feitos com madeira do Pau-Brasil, sendo que a arrecadação desse tributo bem como sua fiscalização era feita pelos servidores da coroa, chamados de “rendeiros” (MORAES, 1986).

Após esse período, na época do governo geral, os tributos eram classificados como ordinários e extraordinários mediante a sua periodicidade, e em sua maioria não havia nenhuma organização para recebê-los, nem os aplicar de maneira correta, os maiores beneficiados eram aqueles que ficavam responsáveis por sua arrecadação (AMED; NEGREIROS, 2000).

No ano de 1824, após o movimento de Independência do Brasil, a constituição que se tornou vigente limitava de certa forma o poder do Estado, ocasionando de certa forma os processos legislativos que eram influenciados pelo liberalismo, originando assim leis fracas e sem objetivo. Com isso, criou-se um sistema de arrecadação caótico, os tributos eram cobrados de maneira cumulativa e totalmente descontrolados (MORAES, 1986).

Com a constituição de 1891 o Brasil tornava-se uma federação, mas os rendimentos das receitas acabavam sendo destinados apenas à união e aos estados, com isso os municípios ficavam descapitalizados. Começando a mudar esse cenário apenas em 1934 com a implantação da nova constituição, nela, as receitas municipais ficavam lado a lado das federais e estaduais. O imposto de renda nessa época passava a ser um tributo federal com mais outros dois, os quais são conhecidos por ICMS e IPI (FABRETTI, 2006).

Por centenas de anos a tentativa foi apenas de criar impostos para atender às necessidades de municípios, Estados e União. Necessidades essas que só aumentaram com o passar do tempo devido à sua má aplicação e principalmente seus desvios. Atualmente são quase 93 tributos, desde impostos, contribuições, taxas e contribuições de melhoria movimentando-se por território nacional.

O planejamento tributário é vislumbrado como uma necessidade básica para pessoas físicas e jurídicas, diminuindo os tributos por meio do planejamento de seus negócios, devendo o profissional manter-se atento às alterações da legislação para não cometer um crime contra a ordem tributária (CHAVES, 2008).

De acordo com Amaral (2011), a organização que realiza o planejamento tributário e que auxilia os gestores em sua tomada de decisão, tem vantagem competitiva entre os seus concorrentes, assegurando o cumprimento adequado das obrigações fiscais. Fabretti (2006) define o planejamento tributário como um processo de escolha e uma ferramenta de gestão, que objetiva viabilizar a redução de custos gerados pelos tributos.

Sobre o planejamento tributário, Borges (2002, p. 56) conceitua:

Uma técnica gerencial que visa proteger as operações industriais, os negócios mercantis e as prestações de serviços, visando conhecer as obrigações e os encargos tributários inseridos em cada uma das respectivas alternativas legais pertinentes para, mediante meios e instrumentos legítimos, adotar aquela que possibilita a anulação, redução ou adiamento do ônus fiscal.

Assim, planejar é uma importante ferramenta para redução de custos, sendo que nas micro e pequenas empresas, a ausência de planejamento tributário coopera para que as mesmas fiquem em desvantagens quanto à competitividade de mercado, mas as empresas, ao realizarem o planejamento tributário, possui uma enorme perspectiva de lucros em relação a seus concorrentes (BORGES, 2002).

Nogueira (2010) esclarece que para a realização de um sistema de planejamento tributário eficaz, é necessário considerar todos os tributos na operação empresarial, a fim de confrontar a redução do ônus fiscal individual com os reflexos nos outros tributos. Sobre isso, Oliveira (2009, p. 205) menciona que:

Para a obtenção de uma eficácia da economia legal de impostos e contribuições, também a integração de todos os departamentos da empresa é necessária. Não adianta ter um comitê interno de planejamento, se as decisões forem tomadas sem o conhecimento de pessoas importantes para o sucesso.

Oliveira (2009) explica ainda que "o planejador ou gestor tributário deve ter em mente que o elemento diferenciador não é a informação, mas sim a capacidade de transformá-lo em conhecimento". Com isso, o planejamento tributário estabelece uma soma de conhecimentos, tais como o contábil e o jurídico, pois além da familiaridade com a legislação fiscal, o profissional identifica o processo operacional da empresa, e jurídico, pois consegue identificar na legislação tributária as oportunidades de redução da carga tributária (CHAVES, 2008).

2.2 Vantagens de um Planejamento Tributário eficiente

Existe uma facilidade no que refere-se à abertura de novas empresas, todavia cada vez mais a concorrência aumenta, e manter-se competitivo tem-se tornado uma das grandes dificuldades dos gestores, e estas por sua vez, podem estar associadas as dificuldades de compreenderem as responsabilidades fiscais que encontram ao longo da atividade e que consomem uma significativa parcela dos resultados econômicos das empresas (AMARAL, 2011).

A carga tributária é um fator que intervém nos lucros da empresa, haja vista que pode garantir economia financeira e impulsionar suas atividades. Em um país competitivo, mas detentor de altas mortalidades das micro e pequenas empresas é necessário compreender, o planejamento tributário, de maneira que não cometa atos ilícitos, causando assim uma evasão fiscal e, em consequência, ocasionando uma fiscalização direta ou indireta do Estado, União e Municípios (BARROS, 2015).

Para melhor compreensão acerca da definição dos tributos, Zanatta (2006, p. 18), afirma que o tributo "[...] é a ligação que existe entre o cidadão e o governo já prevista na Lei, na qual determina que alguma coisa deverá ser paga ao governo". Os assuntos que norteiam os pagamentos e cobranças de tributos são confusos e em determinadas situações, causam diversos conflitos, o que reforça a importância do planejamento tributário das empresas.

Assim, para maior compreensão, enfatiza-se alguns exemplos de impostos mais importantes a serem pagos, no Quadro 1.

Quadro 1: Impostos-Planejamento tributário.

Imposto	Conceituação
Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ)	É o imposto recolhido sobre a renda das empresas, principalmente, recolhido para a Receita Federal e as informações pertinentes a esse tributo, como base de cálculo, por exemplo, dependem do regime de tributação a qual a empresa optou. A legislação que define os aspectos relacionados ao IRPJ é a seguinte: a) Lei Nº 8.383, de 30 de dezembro de 1991. b) Lei Nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996. c) Regulamento do Imposto de Renda - RIR/99 - Decreto Nº 3.000, de 26 de março de 1999.
Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL)	É o imposto recolhido sobre o lucro das empresas. É baseado na opção de tributação das empresas e recolhido pela Receita Federal. A alíquota é de 9% para as empresas que optam pelo lucro real e pelo lucro presumido.
Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI)	Incide sobre produtos industrializados, nacionais e estrangeiros. Suas disposições estão regulamentadas pelo Decreto 7.212/2010 (RIPI/2010). O campo de incidência do imposto abrange todos os produtos com alíquota, ainda que zero, relacionados na Tabela de Incidência do IPI (TIPI), observadas as disposições contidas nas respectivas notas complementares, excluídos aqueles a que corresponde a notação "NT" (não-tributado). O IPI é recolhido pela Receita Federal
Instituto Nacional da Seguridade Social (INSS)	É uma contribuição feita à previdência social, ou seja, diretamente ao governo. Sua alíquota é de 20% para as empresas, calculada sobre a folha de pagamentos e pró-labore; caso seja INSS patronal sobre a receita bruta, sua alíquota varia de 1,5% a 4,5%. Já os empregados pagam de acordo com a tabela progressiva. Destinam-se esses recebimentos para aposentadoria e demais benefícios dos trabalhadores brasileiros. Tal imposto é recolhido pela Receita Federal.
Programa de Integração Social (PIS)	Imposto federal apurado sobre o valor do faturamento mensal de empresas, com alíquota variando entre 0,65% e 1,65%, dependendo da forma de tributação das empresas. A legislação no país que descreve os aspectos do PIS é a seguinte: a) Lei Nº 9.718, de 27 de novembro de 1998. b) Lei Nº 10.637, de 30 de dezembro de 2002. c) Lei 10.865, de 30 de abril de 2004.
Contribuição Social Sobre o Faturamento (COFINS)	É um imposto federal que incide sobre o faturamento mensal das empresas, com alíquota de 3% a 7,6%. São contribuintes da COFINS todas as empresas de direito privado, públicas, de economia mista e as instituições financeiras. A apuração da COFINS deverá ser realizada mensalmente. A legislação sobre a COFINS é a seguinte: a) LC - Lei Complementar Nº 70, de 30.12.1991. b) Lei Nº 9.718, de 27 de novembro 1998. c) Lei No 10.833, de 29 de dezembro 2003. d) Lei No 10.865, de 30 de abril 2004.

Imposto Sobre Comercialização de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS)	O ICMS (imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação) é de competência dos Estados e do Distrito Federal. É um imposto com destinação de recolhimento para o estado, ele ocorre nas operações com trânsito de mercadorias e prestações de serviços como serviços de transporte. Sua regulamentação constitucional está prevista na Lei Complementar 87/1996 (a chamada “Lei Kandir”), alterada posteriormente pelas Leis Complementares 92/97, 99/99 e 102/2000.
Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS ou ISSQN)	O Imposto Sobre Serviços possui como fato gerador a prestação de serviços constantes da lista anexa à Lei Complementar 116/2003, de 31-07-2003, na qual o contribuinte é o próprio prestador de serviços no estabelecimento onde o mesmo desenvolver as atividades de serviços, seja de modo permanente ou temporário. O imposto é recolhido pelo município após a conclusão dos serviços no local do estabelecimento ou de domicílio do prestador dos serviços, com exceções de algumas atividades onde o imposto é recolhido no local da prestação do serviço. A base de cálculo é o valor dos serviços prestados e as alíquotas variam de 2% a 5%.

Fonte: Elaborado pela autora

É de suma necessidade adotar mecanismos que possam provocar um menor desembolso financeiro de tributos. Se a empresa pretende economizar seus encargos tributários, poderá fazê-lo de forma eficaz e legalizada, sendo a maneira legalizada denominada economia legal através do planejamento tributário e a eficaz minimização dos custos (GRECO, 2009). Oliveira (2005) ressalta que se a empresa realizar um planejamento tributário eficaz poderá usufruir de inúmeros benefícios, como vantagem competitiva da empresa frente aos concorrentes; fortalecimento da empresa; evitar atos ilícitos, infrações fiscais ou penais; aumento de lucros, entre outros.

A importância do planejamento tributário está em seu caráter preventivo, decorrendo do fato de não se poder escolher alternativas, senão antes de se concretizar a situação. Uma organização pode obter diversos benefícios com o planejamento tributário, inclusive o aumento da lucratividade da empresa, dessa forma, o planejamento estratégico minimiza os efeitos indesejados pela empresa, ajudando o administrador a relatar as principais decisões de forma eficiente, melhorando o sistema de comunicação interna entre as pessoas que são peças fundamentais para o sucesso de qualquer empreendimento (GALVÃO; SILVA; DALFIOR, 2013).

Assim, é notório que a realização do Planejamento Tributário por profissionais qualificados, visa harmonizar as transações futuras ao objeto de excluir, minimizar ou adiar a o correspondente débito fiscal (CHAVES, 2008).

2.3 Setor de vestuário

O comércio é uma fonte importante de arrecadação de tributos, gerando renda e emprego, movimentando e circulando capital, podendo ainda trazer valorização ou desvalorização imobiliária. Para cidades do interior, com população reduzida e poucas indústrias, o comércio varejista é um importante gerador de postos de trabalho e receita (WAYNE, 2010).

Segundo Lobato *et al.* (2009), o comércio varejista é encontrado em diversos setores, como vestuário, calçados, supermercados, sendo o setor responsável por vender mercadorias aos consumidores. Nessa ótica, existem várias empresas que comercializam produtos e serviços diretamente ao consumidor, isso faz com que se movimentam milhões de reais todos os dias.

Para o *marketing* este setor é de grande importância, pois ele atua diretamente com o consumidor final. O setor do vestuário possui participação no comércio varejista, com forte representação globalizada. Desde a década de 1990, após as crises e inflação dos produtos, o Brasil passou por uma reorganização do seu trabalho produtivo neste setor, buscando modernidade, evoluindo tanto nos conceitos, quanto na aquisição de máquinas e equipamentos avançados tecnologicamente (LAS CASAS, 2000).

De acordo com Palomino (2003), o vestuário foi valorizado a partir dos anos 60, onde as pessoas começaram a colocar suas preferências em evidência, tornando assim o vestuário um estilo, de forma que a moda começou a ser expressa, dando continuidade nos anos 90, onde as tribos urbanas foram consolidadas.

Sobre a qualidade do vestuário, salienta-se que o conceito de qualidade se refere à visão de satisfação do cliente, a qual inclui muito mais que especificações técnicas, mas também de fatores como prazo, pontualidade de entrega, condições de pagamento, atendimento pré e pós-venda, flexibilidade, e outros fatores. Assim, entender o próprio serviço deve ser imprescindível não só pelas empresas como também todos os seus funcionários para garantir uma excelente qualidade no serviço, ressaltando que no relacionamento com o cliente que o setor de *marketing* possui um maior comprometimento com a empresa e os clientes (OLIVEIRA, 2008, p.24).

Para marras (2009) a especificação técnica de um produto é frequentemente considerada como a característica mais importante da qualidade percebida, porém os clientes percebem a qualidade como um conceito muito mais amplo, que vai além da qualidade técnica do produto,

acreditando que a empresa deva-se colocar no lugar deles para definir a qualidade de seus produtos. Nessa ótica, a qualidade de um produto conforme percebida pelos clientes tem três dimensões, a dimensão da qualidade técnica, da qualidade funcional e da qualidade panorâmica, assim o que os clientes ganham em suas interações com a empresa é muito importante para eles e para sua avaliação final da qualidade recebida (WAYNE, 2010).

O cliente cria uma expectativa muito grande da qualidade de um serviço de uma empresa, assim é intrinsecamente necessário que a empresa forneça ao cliente um atendimento de excelência. Atendimento de excelência é aquele que supera a expectativa do cliente, além de deixar visível que o ato de comprar deve ser agradável, para isso os funcionários são capacitados permanentemente para que todos entendam a missão da empresa e a política de relacionamento com o cliente (GALVÃO; SILVA; DALFIOR, 2013).

É importante destacar que cada organização de acordo com seus produtos e objetivos possui vários tipos de clientes, por isso os colaboradores devem estar atentos a como identificar estes clientes, sendo preciso entender o que realmente a clientela precisa (GIL, 2006). Outra característica peculiar ao atendimento de excelência é o de proporcionar um tratamento mais humano na hora da venda, haja vista que além do foco no atendimento é necessário que a empresa sempre faça promoções para atrair seus clientes, como concessão de crédito, prazo de pagamentos maiores, cartão fidelidade (MARRAS, 2009, p.27).

Chiavenato (2004) diz que a qualidade no atendimento é a satisfação das exigências do cliente, assim envolve a eficácia no atendimento ao consumidor na satisfação de seus anseios e desejos de consumidor, assim, a competitividade visível hoje entre as organizações no setor de vestuário são reais e o atendimento de excelência realmente pode ser o diferencial competitivo da empresa, trazendo o cliente e o fidelizando, gerando lucratividade para a empresa, sendo que o grande diferencial competitivo do mercado está no excelente atendimento em que uma empresa ou um colaborador, principalmente aquele que está diretamente ligado ao cliente irá realizar sendo também o fator primordial para o crescimento das vendas e principalmente a fidelização dos clientes (CHIAVENATO, 2004).

No que se refere ao comércio local em Uberlândia-MG, 2.800 novas corporações foram registradas até o mês de setembro de 2019, aumentando 24% com relação ao mesmo período em 2018. O aumento no setor de comércio foi de 9%, destacando o setor de vestuário, todavia sabe-se que mesmo com os números apontando um crescimento, muitas empresas apresentam mortalidade em menos de 5 anos. Todas as projeções apontam para o crescimento do setor, seja pelo aumento de crédito, da demanda, empreendedorismo ou necessidade, sendo uma atividade importante para o país.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa é caracterizada como descritiva, pois visa descrever o perfil dos gestores no que tange a importância do planejamento tributário no setor de vestuário. Collis e Hussey (2005, p.25) mencionam que a pesquisa descritiva é empregada para descrever fenômenos, identificar problemas e informações a cerca de um tema.

A abordagem metodológica é quantitativa, de modo que os resultados podem ser quantificáveis, traduzindo informações e opiniões em números para sua análise, e para tal foi necessário o uso de recursos estatísticos. No que tange os procedimentos foi utilizado o survey, que é uma pesquisa que pode ser descrita como a obtenção de dados ou informações sobre características, ações ou opiniões de determinado grupo de pessoas (FREITAS et al., 2000 p. 105).

Tendo como procedimento técnico a coleta de dados a partir da aplicação de questionários, os quais foram respondidos por gestores de micro e pequenas empresas do setor de vestuário. O questionário foi elaborado pela autora do trabalho e foi enviado por e-mail aos proprietários das empresas entrevistadas localizadas em Uberlândia, seguindo o objetivo de compreender as tributações das mesmas, haja vista que são de nichos e portes diferentes, bem como, entender a percepção dessas empresas acerca da importância do planejamento tributário.

O questionário é um instrumento de coleta de dados, que deve possuir estrutura conceitual voltada para seus anseios e objetivos, devendo ser conciso, o qual foi dividido em duas partes. A primeira parte tinha seis questões referentes à caracterização do respondente e a segunda parte, com dez questões sobre o planejamento tributário. Diante das assertivas propostas, os respondentes deveriam atribuir uma nota de zero a dez, sendo 0 para ‘discordo plenamente’ e 10 para ‘concordo plenamente’. Também foram permitidas notas fracionadas (como por exemplo: 1,5; 5,85; 9,68).

A amostra da pesquisa foi formada por 14 gestores de micro e pequenas empresas do setor de vestuário do município de Uberlândia-MG. Para a análise dos dados, foi utilizada a estatística descritiva para a caracterização dos respondentes e para avaliar a média das notas atribuídas pelos gestores para as questões relacionadas ao planejamento tributário.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A primeira seção do questionário teve como objetivo traçar o perfil dos respondentes. A Tabela 1 apresenta a caracterização dos gestores.

Tabela 1 – Caracterização dos gestores

Gênero				Escolaridade					
Feminino: 57,14%		Masculino: 42,86%		Ensino Fundamental: 21,43%	Ensino Médio: 50,0%	Ensino Superior: 21,43%	Não respondeu: 7,14%		
Tempo de gestão				Idade					
Menos de 1 ano: 14,30%	De 1 a 2 anos: 14,30%	De 2 a 5 anos: 21,40%	Acima de 5 anos: 50%	Até 24 anos: 7,14%	Entre 25 a 30 anos: 14,30%	Entre 31 a 35 anos: 14,30%	Entre 36 a 40 anos: 14,30%	Entre 41 a 50 anos: 28,56%	Mais de 50 anos: 21,40%
Principal fator que motivou candidatar-se a gestor									
Colaborar com a empresa: 28,56%									
Discordância quanto à forma da administração anterior: 0									
Indicação: 0									
Inexistência de outro candidato: 0									
Interesses profissionais: 50,0%									
Outros fatores: 21,44%									
Primeira Gestão									
Sim: 71,42%					Não: 28,58%				

Fonte: Dados da pesquisa.

Verifica-se que a maioria dos gestores que participaram da pesquisa é do gênero feminino (57,14%) e a faixa etária predominante é de 41 até 50 anos (28,56%). No que tange a escolaridade, observa-se que 50% dos respondentes cursaram o Ensino Médio e apenas 21,43%, o Ensino Superior. No que refere-se à escolaridade, Amaral (2011) ressalta que quanto maior o nível de escolaridade, melhor se aplica a gestão, o que influencia positivamente nas práticas cotidianas de gestão.

Sobre o tempo de gestão 50% dos gestores está há mais de 5 anos na função. Sobre isso Nogueira (2010) relata que o tempo de gestão é um aspecto positivo, haja vista que já são veteranos no que se refere à experiência administrativa adquirida sobre o planejamento tributário no processo de gestão de micro e pequenas empresas.

No que refere-se ao principal fator que motivou candidatar-se a gestor, metade do número de respondentes (50%) afirmou que o principal fator que motivou foram os interesses profissionais e 71,42% dos respondentes estão em sua primeira gestão.

Na segunda parte do instrumento de pesquisa foram apresentadas assertivas relacionadas ao planejamento tributário. A Tabela 2 apresenta os resultados identificados nesta parte do questionário.

Tabela 2 – Sobre o planejamento tributário.

Sobre o planejamento tributário	Média	Desvio Padrão
1. O planejamento tributário é importante	8,75	1,43
2. Possui conhecimento da aplicação de um planejamento tributário	5,32	2,85
3. O planejamento tributário como ferramenta estratégica	7,10	2,61
4. Contribuição do Planejamento tributário para determinar o sucesso da empresa	7,78	2,69
5. Possui dificuldade em entender os regimes tributários	7,71	2,16
6. Facilidades em utilizar e entender o planejamento tributário	6,22	2,59
7. Experiência com a realização de planejamento tributário	5,74	1,98
8. Na elaboração dos custos e preço de venda, são considerados os impostos pagos pela empresa.	7,95	2,64
9. Nível de contentamento com o atual regime tributário	4,64	3,27
10. Importância do Planejamento tributário para a competitividade da empresa.	8,45	1,75

Fonte: Dados da pesquisa.

Sobre a importância do planejamento tributário, média de 8,75 respondentes o consideram importante. O achado está de acordo com Chaves (2008) em que o planejamento tributário é de grande relevância para a pequena empresa, levando em consideração o setor de vestuário, haja vista que o planejamento tributário é um conjunto de sistemas legais que visam diminuir o pagamento de tributos, pois representa maior capitalização do negócio, além de trazer possibilidade de menores preços, facilitando a geração de novos empregos, pois os recursos economizados poderão possibilitar novos investimentos.

Portanto, o Planejamento Tributário, que era utilizado apenas por grandes corporações, passa a ser fundamental em todos os tipos de organizações, especialmente nas micro e pequenas empresas que correspondem a mais de 97% das empresas brasileiras e também é onde o índice de sonegação apresenta os maiores percentuais (BARROS, 2015).

No que tange o conhecimento da aplicação de um planejamento tributário, verifica-se média baixa das respostas dos gestores (5,32), demonstrando que muitos respondentes não têm entendimento eficaz da aplicação desse planejamento. De tal modo, Nogueira (2010) esclarece que para um planejamento tributário eficaz deve-se investir em gestores e profissionais contábeis para auxiliar no planejamento estratégico a fim de estabelecer e gerir objetivos de

médio e longo prazo da organização, os quais podem afetar sua direção, viabilidade e resultados.

A ausência de entendimento do planejamento tributário pode prejudicar a organização, pois para se alcançar um objetivo é necessário ter conhecimento de todos os caminhos a serem seguidos e os riscos que poderão enfrentar, pois com a ausência dos mesmos a empresa pode se perder e ser prejudicada (AMARAL, 2011). Em consonância, Oliveira (2009) explica que o planejamento tributário, é uma relação custo/benefício e que deve ser elaborado por profissionais qualificados e muito bem avaliado, pois exige bom-senso do planejador para encontrar quais as alternativas mais adequadas.

Chaves (2008) relata ainda que o planejamento tributário é uma necessidade básica para pessoas físicas e jurídicas, reduzindo os tributos através do planejamento de seus negócios. O profissional deve manter-se sempre atento às alterações constantes da legislação para não cometer um crime contra a ordem tributária.

Em relação ao planejamento tributário como ferramenta estratégica média de 7,10 dos respondentes considera ele como uma estratégia competitiva. Sobre isso, Fabretti (2006) esclarece que o planejamento tributário é um instrumento de estratégia empresarial que auxilia os gestores em sua tomada de decisão, possuindo vantagem competitiva entre os seus concorrentes, buscando menor gasto tributário em sua atividade econômica, sempre observando a legislação tributária.

Concernente à contribuição do planejamento tributário para determinar o sucesso da empresa, média de 7,78 dos respondentes responderam que ele é essencial para o progresso e desempenho das micro e pequenas empresas de vestuário. O que está de acordo com o encontrado nos estudos de Amaral (2011), em que com relação às empresas no Brasil normalmente os recursos de pequena e média empresa são limitados, por isso o planejamento tributário auxilia essas empresas a utilizarem melhor suas capacidades e minimizar a perda de energia em atividades que não dirigem para o caminho correto, resultando em sucesso da empresa.

O planejamento tributário para empresa é tão importante como qualquer outro processo que a empresa realize, podendo garantir uma grande economia financeira e impulsionar suas atividades, trazendo além de diferencial competitivo, melhor desempenho para a organização (GALVÃO; SILVA; DALFIOR, 2013).

Dos respondentes, 7,71 possui dificuldade em entender os regimes tributários, o que pode ocorrer devido à alta complexidade da legislação, além de que as próprias normas sofrem mudanças constantes e diárias. Essas alterações acabam exigindo que o empresário ou gestor

da área acompanhe as publicações sobre o assunto diariamente, o que nem sempre acontece. Barros (2015) menciona que o excesso das alterações normativas colabora para o aumento de erros e também de custos, já que, invariavelmente, a contratação de um profissional ou empresa especializada se torna fundamental.

No que refere-se à facilidade em utilizar e entender o planejamento tributário, nota-se uma média baixa (6,22) de entendimento dos respondentes, o que indica que os gestores não enxergam os trâmites do planejamento tributário fácil. Nogueira (2010) menciona que o planejamento tributário, quando realizado de forma correta e precisa, passa a ser um fator de grande importância para a redução dos tributos pagos e, conseqüentemente, para o desenvolvimento de estratégias empresariais menos onerosas.

Ao indagar sobre a experiência com a realização de planejamento tributário, apenas 5,74 dos respondentes mencionaram já possuírem esse conhecimento, o que é uma média baixa, haja vista a necessidade dos gestores de micro e pequenas empresas do vestuário de realizarem um correto planejamento tributário para a empresa. Em consonância com Amaral (2011) ao realizar uma gestão eficaz, é possível lidar com maior facilidade com toda a burocracia de ter e abrir uma empresa, sendo fundamental que o empreendedor realize um correto planejamento tributário, de modo a mitigar contingências e passivos da organização, sendo que a melhor forma de alcançar isso é definindo a tributação para o seu negócio.

Sobre a elaboração dos custos e preço de venda se são considerados os impostos pagos pela empresa, apenas 7,95 dos entrevistados responderam que sim, os demais não realizam essa prática. Nesse aspecto, Chaves (2008) esclarece que ara que o preço de venda seja fixado por um valor superior ao de seu custo de aquisição ou produção, a empresa deverá transferir para o consumidor o ônus da incidência dos tributos sobre o faturamento e o lucro da empresa. Os principais tributos a serem analisados são: imposto de renda das pessoas jurídicas (IRPJ), contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL), as contribuições ao PIS e a COFINS, o ICMS e o IPI.

Evidencia-se que poucos respondentes estão satisfeitos com o atual regime tributário da empresa, em que nota-se média de 4,64 para o nível de contentamento com o atual regime tributário. Desse modo, Nogueira (2010) relata que é necessário realizar um planejamento para verificar as vantagens e oportunidades disponíveis para enquadramento em outros regimes tributários, diferentes do então praticado quando não há satisfação da empresa no atual regime, buscando um regime mais vantajoso e rentável. Todavia, é importante ressaltar que, para que uma empresa seja considerada uma empresa saudável é imprescindível à realização de um planejamento tributário com o auxílio de profissionais capacitados, para que através de

levantamentos e análises, escolha o melhor regime para se enquadrar, evitando o pagamento de tributos em excesso ou aproveitamentos ilícitos. E, anualmente deve-se realizar uma verificação para analisar se deve manter o regime escolhido ou não (BARROS, 2015).

A última questão leva em consideração a importância do planejamento tributário para a competitividade da empresa, em que média de 8,45 dos respondentes considera o mesmo importante para a empresa manter-se competitiva no setor de vestuário. Fabretti (2006) elucida que o planejamento tributário na organização parte da necessidade de se atingir os grandes objetivos, devendo ser reavaliado constantemente e, através do trabalho em equipe, realizar estratégias que auxiliará os gestores em suas tomadas de decisões para obterem os melhores resultados e alcançarem o objetivo visado.

Em época de mercado competitivo, de aumento da concorrência entre as empresas, o planejamento tributário assume um papel de extrema importância na estratégia e finanças das empresas, pois os encargos relativos a impostos, taxas e contribuições são, na maioria dos casos, mais representativos do que os custos de produção, razão pela qual o planejamento tributário se mostra tão importante, devendo ser feito anualmente (BARROS, 2015). Galvão, Silva e Dalfior (2013) destacam ainda que analisar os impactos tributários através do planejamento é uma ferramenta de gestão que permite avaliar a carga tributária suportada e tomar medidas que possam reduzir esse impacto de forma clara e objetiva no âmbito empresarial, tornando a empresa mais competitiva, no mercado cada vez mais globalizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a percepção dos gestores frente à importância do planejamento tributário em micro e pequenas empresas no setor de vestuário. Por meio dos resultados deste trabalho foi possível caracterizar o planejamento tributário quanto aos aspectos conceituais; descrever o perfil socioeconômico dos empreendedores em estudo e identificar a tributação mais adequada para as micro e pequenas empresas, visando à redução de gastos com os tributos.

Observou-se que a maioria dos gestores é do gênero feminino, com faixa etária entre 41 a 50 anos, com escolaridade predominante de Ensino Médio, estando há mais de 5 anos na função. O principal fator que motivou a candidatar-se a gestor foram os interesses profissionais e a maioria dos respondentes está em sua primeira gestão.

Em geral, os gestores consideram importante o planejamento tributário, todavia muitos respondentes não têm entendimento eficaz da aplicação desse planejamento. Para grande parte dos gestores, o planejamento tributário é visto como uma estratégia competitiva, sendo essencial para desempenho das micro e pequenas empresas de vestuário.

Referente à dificuldade em entender os regimes tributários, nota-se que existem muitas dúvidas a respeito da efetivação do planejamento tributário, o que pode ser evidenciado pela baixa média encontrada sobre a facilidade em utilizar e entender o planejamento tributário, sendo que poucos gestores tem experiência com esse regime.

Reportando aos custos e preço de venda, nota-se uma média baixa sobre a consideração dos impostos pagos pela empresa e poucos respondentes estão satisfeitos com o atual regime tributário da empresa, mesmo uma média alta dos respondentes considerarem o mesmo importante para a empresa manter-se competitiva no setor de vestuário.

Espera-se contribuir para o aprimoramento dos gestores que prestam serviços ao setor de vestuário, bem como para que os gestores de micro e pequenas empresas do setor de vestuário possam ponderar sobre a importância do planejamento tributário. Quanto às limitações do trabalho, é relevante ressaltar que o estudo analisou a importância do sistema tributário para micro e pequenas empresas apenas do setor de vestuário, deste modo sugere-se, para pesquisas futuras, estender a pesquisa para outros setores empresariais, com o propósito de comparar os resultados deste estudo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, G. L. **A nova ótica do planejamento tributário empresarial**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011.

AMED, F. J.; NEGREIROS, P. J. L. C. **História dos Tributos no Brasil**. São Paulo: Edições SINAESP, 2000.

BARROS, A. **Gestão Estratégica nas Pequenas e Médias Empresas**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2015.

BORGES, H. B. **Planejamento tributário: IPI, ICMS e ISS**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CHAVES, F. C. **Planejamento tributário na prática: gestão tributária aplicada**. São Paulo: Atlas, 2008.

CHIAVENATO, I. **Administração**. 3.ed. São Paulo: Makron-Books, 2004. 522 p.

COLLIS, J.; HUSSEY, R.; **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2 ed. Bookman, 2005.

FABRETTI, L. C. **Contabilidade Tributária**. 10.ed. São Paulo. Atlas. 2006.

FREITAS, H. et al. O método de pesquisa survey. **Revista de administração**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000. Disponível em: <http://www.utfpr.edu.br/curitiba/estrutura-universitaria/diretorias/dirppg/especializacoes/pos-graduacao-dagee/lean-manufacturing/PesquisaSurvey012.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2019.

GALVÃO, A. D.; SILVA, V. F.; DALFIOR, S. R. **Treinamento e desenvolvimento como ferramenta de gestão: o impacto nos resultados do setor em que é aplicado**. Destarte. v.3, n.1, p.45-63, 2013.

GRECO, M. A. **Planejamento Fiscal e Interpretação da Lei Tributária**. São Paulo: Dialética, 2009.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de Varejo**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LOBATO, F. T. R.; SILVA, A. P.; RIBEIRO, K. C. S. O impacto da estratégia de crédito na liquidez e rentabilidade: uma análise das lojas de departamentos do setor de comércio varejista. 6 ed., Florianópolis, **Revista Contemporânea de Contabilidade**, 2009.

MARRAS, J.P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTINS, S. P. **Direito tributário**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração: da escola científica à competitividade na economia globalizada**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MORAES, B. R. **Doutrina e Prática do Imposto sobre Serviços**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 1986.

OLIVEIRA, G. P. **Contabilidade tributária**. São Paulo: Saraiva, 2.ed., 2005.

OLIVEIRA, D. P. R. **Teoria geral da administração: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2008.

MOTTA FILHO, H. P. **Planejamento tributário: como obter na pequena empresa maiores resultados pagando legalmente menos impostos**. 100 f. **Dissertação em Mestrado**. Universidade de Santa Catarina. 2008.

NOGUEIRA, R. B. **Curso de Direito Tributário**. 5 edição. São Paulo: Saraiva, 2010.

PALOMINO, E. **A Moda**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

SOUZA, M. C. A. F. **Pequenas e médias empresas na reestruturação industrial**. Brasília: SEBRAE, 2010.

WAYNE, C. **Investimento em pessoas:** como medir o desempenho financeiro das iniciativas em recursos humanos. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZANATTA, D. **Algumas considerações sobre o planejamento tributário: uma comparação por meio de simulação entre o Simples, o Lucro Presumido e o Lucro Real.** Revista Ciências Gerenciais. 2006.